

KOMUNIKACIJSKI IZZIVI pri projektih Erasmus+

Alja Zadavec Sojar, Maja Bertoncelj, Tina Kenk
CMEPIUS, 2022

Vsebina

- **I. DEL: Predstavitev osnovnih komunikacijskih smernic Evropske komisije**
 1. Komunikacijska strategija in komunikacijski načrt
 2. Vizualizacija
 3. Tekstopisje
 4. Diseminacija rezultatov
 5. Vrednotenje komunikacijskih aktivnosti
- **II. DEL: Predstavitev osnovnih komunikacijskih kanalov z nasveti in namigi za upravljanje**
 - Spletna stran
 - Družbena omrežja (Facebook, Instagram, LinkedIn)
 - Organizacija dogodkov

ZAKAJ?

1. Pogodbena obveznost, ki jo navaja tudi Vodnik.
2. Osrednji namen naših aktivnosti je, da se dotaknemo čim širšega kroga ljudi.

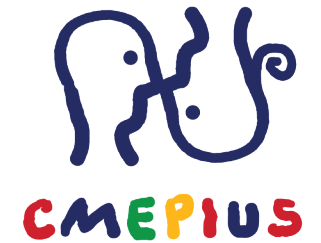


Foto: kroshka_nastya / Freepik

NA POMOČ!

- Guidelines: How to communicate your project.
- Slovenski prevod v pripravi.
- Uporabni, konkretni, uporabniku prijazni napotki

... ki pa jih (kot vse stvari v življenju) uporabimo smotrno.



Osnovni pojmi

KOMUNIKACIJA (communication) – krovni koncept

PROMOCIJA (promotion)

- širjenje informacij o projektu, o vaši instituciji, aktivnostih itd.
- široka ciljna skupina
- traja pred in ves čas trajanja projekta
- s promocijo zagotavljamo **VIDNOST (visibility)** projekta

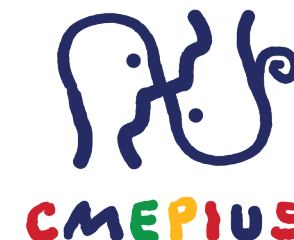
REZULTATI PROJEKTA // UČINKI PROJEKTA (output vs. impact)

DISEMINACIJA REZULTATOV – ciljano komuniciranje, pazljivejša izbira kanalov in ciljne skupine, zagotavlja **UPORABO (exploitation)** in **TRAJNOST (sustainability)** rezultatov.

1

Smernice – pregled vsebine

Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



**Dobra in premišljena osnova ... Je prihranek časa v nadaljevanju.
Razlikujmo strategijo in načrt!**

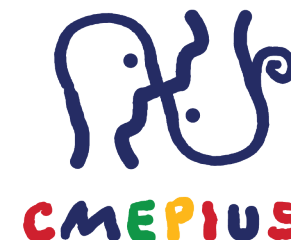
1. **Komunikacijski cilji:** Kaj želimo doseči?
2. **Ciljne skupine:** Pri kom to želimo doseči?
3. **Ključna sporočila:** Kaj želimo povedati?
4. **Kanali in aktivnosti:** Kako bomo to povedali?
5. **Merjenje rezultatov:** Kako bomo izmerili rezultate?



1

Smernice – pregled vsebine

Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



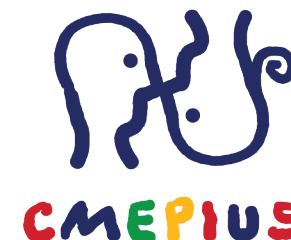
Primer projekta

Osnovna šola Mali Vrh sodeluje v KA2 projektu, katerega namen je zagotoviti višjo socializacijo otrok migrantskih družin, tako v šolskem kot v lokalnem okolju. V projektu sodelujejo s še 4 partnerji iz tujine, rezultat projekta pa bo priročnik z aktivnostmi za krepitev socialnih kompetenc teh otrok, namenjen pedagoškemu osebju.

1

Smernice – pregled vsebine

Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



1. Komunikacijski cilji: Kaj želimo doseči?

Promocija:

1. Povečati zavedanje, da na OŠ Mali Vrh tudi skozi mednarodne aktivnosti naslavljamo vrednote vključevanja in raznolikosti.
2. ...

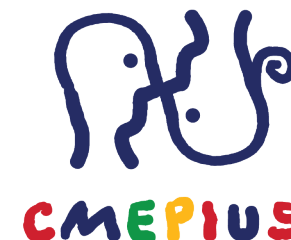
Diseminacija:

1. S priročnikom in pridobljenim znanjem opremiti pedagoško osebje na treh osnovnih šolah v regiji.
2. ...

1

Smernice – pregled vsebine

Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



2. Ciljne skupine: Pri kom to želimo doseči?

Promocija: Zaposleni, učenci, starši, lokalno okolje.

Diseminacija: Pedagoško osebje na treh izbranih osnovnih šolah v regiji.

3. Ključna sporočila: Kaj želimo povedati?

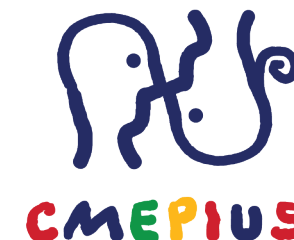
Promocija: (1) Vključevanje in raznolikost sta ključni vrednoti naše šole. (2) Na OŠ Mali Vrh mednarodno sodelujemo na področju vključevanja in raznolikosti. (3) ...

Diseminacija: (1) Priročnik je enostaven za uporabo. (2) S priročnikom in pridobljenim znanjem se bo izboljšalo vzdušje na vaši šoli. (3) ...

1

Smernice – pregled vsebine

Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



4. Kanali in aktivnosti: Kako bomo to povedali?

- Upoštevamo kombinacijo vseh prej navedenih: Ni vsak kanal primeren za vsako ključno sporočilo, cilj ali ciljno skupino!

Promocija:

Zaposleni – predstavitev na internem sestanku ali kolegiju, obvestilo na oglasni deski.

Učenci – predstavitev med razredno uro, plakat na oglasni deski, prispevek v šolskem časopisu

Starši – predstavitev na roditeljskem sestanku, predstavitevni video na spletni strani

Lokalno okolje – prispevek v lokalnem časopisu ali v občinskem glasilu

Erasmus Days!

Diseminacija:

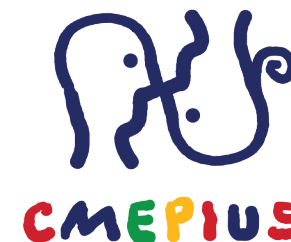
Ravnateljji izbranih OŠ – pismo z direktnim nagovorom

Strokovni delavci na izbranih šolah – predstavitev rezultatov na skupnem sestanku

1

Smernice – pregled vsebine

Načrtuj svoje potovanje – komunikacijska strategija



5. Merjenje rezultatov: Kako bomo izmerili rezultate?

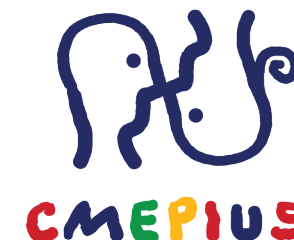
Promocija: Komunikacijski cilj „zavedanje“ razbijemo v manjše merljive indikatorje (KPI) - npr. število obiskov spletne predstavitve projekta, povprečni doseg objav o projektu na družbenih medijih.

Diseminacija: Komunikacijski cilj „s pridobljenim znanjem opremiti pedagoško osebje“ razbijemo v točno določeno število šol, oseb itd.

1

Smernice – pregled vsebine

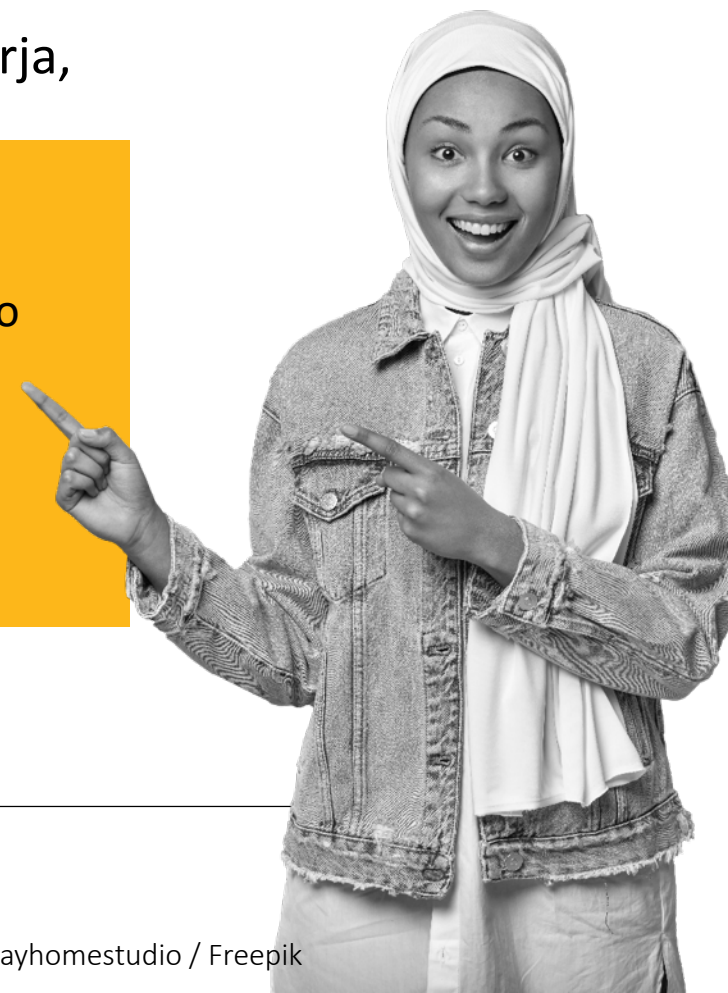
Načrtuj svoje potovanje – komunikacijski načrt



- Natančen plan vseh komunikacijskih aktivnosti, lahko že v obliki koledarja, ki točno določa, KDO naredi KAJ in KDAJ:
 - Časovni okvir
 - Kom. aktivnost
 - Kom. kanal
 - Cilj
 - Ciljna skupina
 - Ključni kazalniki uspešnosti
 - Odgovorna oseba

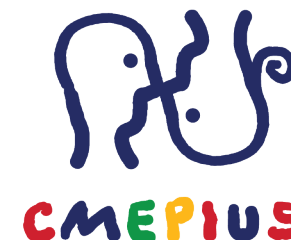
NAMIG:

Na spletu obstaja veliko brezplačnih predlog za komunikacijski načrt, recimo tukaj: [klik](#).



2 Smernice – pregled vsebine

Vizualizacija projekta



1. Vizualna podoba projekta

- Logotip projekta
- Izbira vizualnega gradiva pri komuniciranju: vključevanje in raznolikost



NAMIG:

Brezplačni fonti: [DaFont](#), [Google Fonts](#)

Brezplačne fotografije: [Unsplash](#), [Pexels](#)

Fotografije in grafike: [freepik](#), [flaticon](#)

Fotografije brez ozadja: [Rawpixel](#) (+public domain)

Foto: wayhomestudio / Freepik

2 Smernice – pregled vsebine

Vizualizacija projekta

2. EU logo

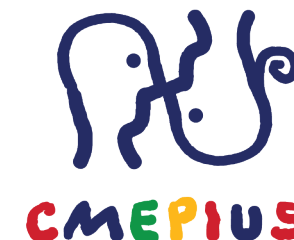
- Pri vseh komunikacijskih materialih moramo izpostaviti, da je projekt sofinanciran s strani Evropske unije.



**Sofinancira
Evropska unija**

2 Smernice – pregled vsebine

Vizualizacija projekta



2. EU logo

- Pri vseh komunikacijskih materialih moramo izpostaviti, da je projekt sofinanciran s strani Evropske unije.

Samo nacionalne agencije:



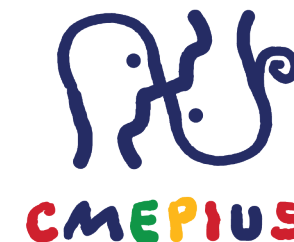
**Sofinancira
Evropska unija**



Erasmus+
Bogati življenja, širi obzorja.

2 Smernice – pregled vsebine

Vizualizacija projekta



2. EU logo

- Pri vseh komunikacijskih materialih moramo izpostaviti, da je projekt sofinanciran s strani Evropske unije.



**Sofinancira
Evropska unija**

Samo nacionalne agencije:



Erasmus+
Bogati življenja, širi obzorja.



KJE JE ERASMUS+??

**Ime programa
izpostavljammo
v besedilih,
spremnem
tekstu ipd.**



3 Smernice – pregled vsebine

Tekstopisje

Information



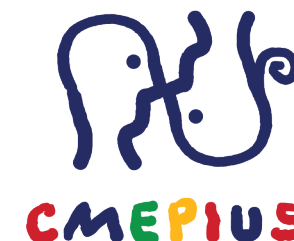
Storytelling

- Objava za spletno stran
- Sporočilo za medije
- Novičke na spletni strani
- Objave na družbenih omrežjih



3 Smernice – pregled vsebine

Tekstopisje



4 zlata pravila pisanja digitalnih vsebin

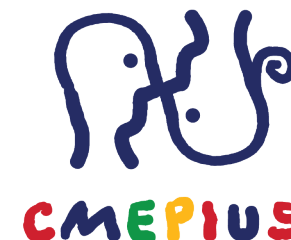
1. Naj bodo **kratke** in **preproste**
2. Prednost dajte **aktivni obliki glagolov**
3. **Strukturirajte** vsebino in **izboljšajte** berljivost
4. Dodaj **povezave**, privlačne **vizualne elemente** in **večpredstavnostno vsebino**



Foto: drobotdean / Freepik

3 Smernice – pregled vsebine

Tekstopisje



Ni vsaka vsebina primerna za vsak kanal.

Veliko vsebine lahko spišemo vnaprej:

- Določimo pomembne **komunikacijske momente** (lansiranje projekta, študijski obisk, načrtovana mobilnost ... to, kar že vnaprej vemo, da se bo dogajalo)
- Infografike, prazniki, različni mednarodni dnevi (splošne tematike, ki pašejo v naš koncept projekta)

4

Smernice – pregled vsebine

Diseminacija rezultatov

Sharing is caring.

Projekti Erasmus+ so zakladnica znanja, orodij in dobrih praks, ki naj bodo na razpolago vsem državljanom Evrope.

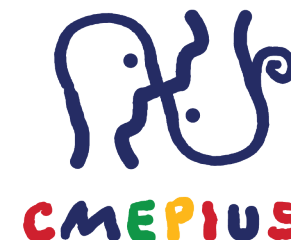
→ Določimo ustrezne komunikacijske kanale:

- Spletna stran!
- KA2 na [EPRP](#) (v prenovi!)
- Neposreden dostop do ciljne skupine: direktno pismo, nagovor, dogodki (trajnost!)
- Družbena omrežja (Ja? Katera?)

5

Smernice – pregled vsebine

Vrednotenje rezultatov



What gets measured, gets improved.

O vrednotenju razmišljajmo PRED, MED in PO aktivnostih.

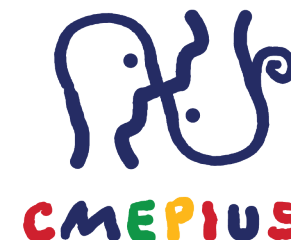
Izberite KPI-je.

- Družbena omrežja: doseg (reach) ali reakcije (reactions).
- Spletna mesta: število obiskovalcev, čas obiska, število klikov ipd.
- Mediji: število objav, število novinarjev, ki so prišli na dogodek.
- Dogodki: število udeležencev dogodka ali webinarja, analiza anketnega vprašalnika po dogodku.

5

Smernice – pregled vsebine

Vrednotenje rezultatov



Primer.

Cilj: Povečati zavedanje, da na OŠ Mali Vrh tudi skozi mednarodne aktivnosti naslavljamo vrednote vključevanja in raznolikosti.

Ključni kazalniki (Key Performance Indicators):

- Naše objave o mednarodnih aktivnostih na FB-ju bodo dosegle v povprečju 600 ljudi
- Novico o mednarodnih aktivnostih na naši spletni strani bo prebralo 100 unikatnih obiskovalcev.
- O našem mednarodnem udejstvovanju bomo dosegli 2 objavi v lokalnem časopisu.

Komunikac
ijski kanali

Upravljanje spletne strani in družbenih omrežij

Maja Bertoncelj, CMEPIUS, 2022

Komunikacijski kanali za vaš projekt

1 Spletna stran

primarni komunikacijski kanal

2 Družbena omrežja

podporni komunikacijski kanali

Pomembnost storytellinga!

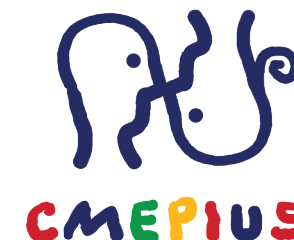
Pomembnost vizualne komponente!

Pazite na avtorske pravice in GDPR!



Foto: kycstudio from Gezzy Images Signature / Canva

1 Spletna stran



- **podstran** o projektu vs. **pristajalna spletna stran** „

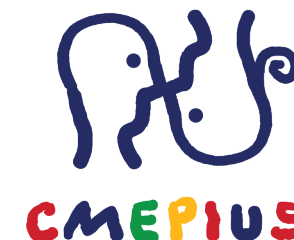
+/-	Spletna podstran	Pristajalna stran (Landing page)
Prednosti	Veliko hitreje in lažje je postavljena Manjši stroški Stran je vedno aktivna	Imamo proste roke pri oblikovanju Večjezičnost
Slabosti	Običajno smo zelo omejeni pri prostoru in oblikovanju	Potreben je zakup domene Večji stroški Več dela z urejanjem Po zaključku projekta stran zamre

- **Vsebina na strani:** opis projekta in objavljane novice (izbira ustreznih tem, princip obrnjene piramide, citati, linki, povezave do družbenega omrežja ...)
- Kdaj se lahko lotimo bloga?

Primeri spletnih strani projektov:

- [DigiStorID – Digital storytelling](#)
- [FARMID](#) – FARming as an employment opportunity for people with Mild Intellectual Disability

2 Družbena omrežja



Določite kanale družbenih medijev glede na ciljne skupine, namen in vire.



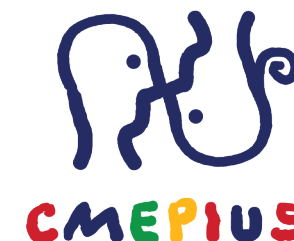
Kako?

Raziščite kanale - Vsako družbeno omrežje ima edinstvene lastnosti, prednosti in slabosti.

- Katera omrežja uporabljajo naše **ciljne skupine**?
- Ali so podobni projekti že prisotni na družbenih omrežjih?
- Katere **vire** potrebujemo za upravljanje teh omrežij?
- Razlika med osebnimi in poslovnimi profili!

Če se le da, ne ustvarjamo novih profilov.

2 Družbena omrežja



- **Naučite se jezika svojega občinstva.** Jezik se razlikuje glede na starost občinstva. Spoznajte, kako vaša ciljna skupina govori, da se boste z njo lažje povezali.
- **Postavite si cilje.** Ali so všečki ustrezno merilo? – bolj kot to dosež (pri promociji); še bolj kot to pa odziv ciljne skupine
- „**Taganje**“ (drugih profilov, oseb) @cmepius
- **Za objavljane izkoristite tudi druge kanale** (Epale, eTwinning)



Foto: freepik

Objave na družbenih omrežjih

Nasveti za pisanje učinkovitih objav v družbenih medijih:

- **Pišite kratko, jasno in prodorno!** Besedila in večpredstavnostne vsebine, kot so slike, animacije in videoposnetki, postanejo del iste pripovedi. (Besedilo vizualno poudari npr. [YayText](#))
- **Bodite ustvarjalni pri vsebini:** Predstavite udeležence projekta, predstavite dogodek in aktivnosti s prenašanjem v živo, prikazom več fotografij, story-ji ali z anketo.
- **Uporabljajte emoji**je [😊 Get Emoji](#)

Objave na družbenih omrežjih

- **Objavo zaključite s „pozivom k akciji“:**
Kaj pričakujete od ciljne skupine, ko bo prebrala vašo objavo? Povabite bralca, naj obišče vašo spletno stran, deli objavo, doda komentar, klikne povezavo ali se odzove na objavo.
- **Uporabljajte prave #ključnike:**
Ključniki delujejo kot **oznake** na družbenih medijih, ki uporabniku olajšajo iskanje novic in vsebine o določeni temi. (npr. #cmeplus ali #ErasmusPlus)



NAMIG

Brezplačna spletna mesta, kot sta [hashtagify](#) ali [all hashtag](#), ti pomagajo določiti najboljši ključnik za tvoje potrebe. Aplikacije Hashtag Expert (iOS, za Instagram) ali Leetags (Android).

Foto: wayhomestudio / Freepik

Specifike družbenih omrežij

	Facebook	Instagram	Linkedin
Namen uporabe omrežja	Povezovanje s prijatelji Informiranje Predstavitev	Zabava s prijatelji Iskanje navdiha Sledenje vplivnežem	Poslovne priložnosti Iskanje kadrov Grajenje ugleda, PR
Objave	Prepletanje vsebine in vizualne podobe	Poudarek na vizualnosti	Poudarek na vsebini
Pogostost objave	Največ ena objava na dan, najmanj 3 na teden	Redne objave (aktivnost vsak dan)	1-2 objavi na teden
Čas objave	pon-pet, Podnevi (Insights/Vpogledi)	pon-sob, med 9h in 21h, (Insights v business profilu)	pon-pet Med delovnim časom
Dogodki	✓	x	✓
Emotikoni	✓	✓	✓ (zmerno)
Story-ji	✓	✓✓ Vpleti sledilce	x

Pomoč pri dimenzijah slik:
[2022 Social Media Image Dimensions \[Cheat Sheet\]](#)
mainstreethost.com

Vizualne podobe na družbenih omrežjih

- **Uporabite večpredstavnostno vsebino.** V družbenih medijih je zelo pomembna **vizualna komunikacija**. Slike, videoposnetki ali infografike pritegnejo pozornost uporabnika veliko hitreje in učinkoviteje kot samo besedilo.
- Večpredstavnostne vsebine postanejo del **iste pripovedi**. Vedno uporabi vašo celotno grafično podobo (font, barve, logotip). Oblikuj v brezplačnih orodjih ([Canva](#), [Befunky](#)).

Slike:

uporabi ustrezno dimenzijo in resolucijo.
Brezplačne knjižnice.
Avtorstvo!

Videoposnetki:

naj ne bodo daljši od ene minute. Če se le da naj bodo z napisi ali podnaslovljeni.
Enostavno urejanje v aplikacijah ([Video.guru](#))

Infografike:

številke in podatke prikaži vizualno.

CMEPIUS
Objavil Alja Zadravec Sojar · 30. marec ob 09:30 · 🌐

🟡 [PRIMER DOBRE PRAKSE]
Podeželska šola osvaja svet

Na **Osnovna šola in vrtec Apače** se ne bojijo izzivov. 🤖 Čeprav odmaknjeni od mestnih središč, pa so skozi mednarodne projekte povezani z vrstniki po vsej Evropi. 🇪🇺 🧠

Njihovo odlično delo smo v letu 2021 nagradili z zlatim kablom **#eTwinning** za projekt **Lesen m@cht Spass**, s katerim so spodbujali bralno kulturo tako v materinem kot tujem jeziku. 📖 🧑🏫

Več o njihovih eTwinning podvigih preberite tukaj:
👉 <https://bit.ly/3qLCI9A>

OŠ Apače s svojimi mednarodnimi projekti odpira podeželje v svet!
Bravo in le tako naprej! 🙌

·
·
·

#cmeplus #eTwinning



1.306 Dosežene osebe
146 Dejavnosti
↑ +1,4x higher Distribution score

Promoviraj objavo



13

2 delitvi

CMEPIUS
Objavil Alja Zadravec Sojar · 10. december 2021 · 🌐

🔴 [REZULTATI RAZPISA] 🏆 🏆 🏆

Na spletni strani smo pravkar objavili sklepe o izboru za **projekte mobilnosti KA122**, prijavljene na dodatni rok:
👉 <https://bit.ly/335L0uD>

Na istem mestu boste našli tudi sklepe o izboru akreditacij Erasmus.

V prihodnjih dneh boste vsi prijavitelji prejeli obvestila o izboru na kontaktni mail, ki ste ga navedli ob prijavi.

Čestitamo vsem, ki ste bili izbrani! 🥳 🥳 🥳

In ne pozabite – razpis 2022 je že zunaj, zato zavijajmo rokave:
<https://bit.ly/3ICJdgP> 🙌 🙌 🙌

·
·
·

#cmeplus #ErasmusPlus



1.775 Dosežene osebe
339 Dejavnosti
– Distribution score

Promoviraj objavo



19

3 komentarji 4 delitve

CMEPIUS
Objavil Alja Zadravec Sojar · 24. november 2021 · 🌐

🟣 [ALI STE VEDELI]

Koliko je trenutno odprtih projektov? 🤔

👉 V spodnjih grafikah si oglejte, koliko je trenutno odprtih projektov v posameznih statističnih regijah, pripravili pa smo tudi prikaz glede na število prebivalcev. 🇸🇮 Bravo Savinjska regija! 🥳

Vas zanima, kakšno je število projektov v vaši regiji? 🤔 Napišite jo v komentar in z veseljem odgovorimo. 🙌

·
·
·

#cmeplus #ErasmusPlus

Skupno število odprtih projektov* po regijah



Število odprtih projektov* glede na število prebivalcev v posamezni regiji



Skupno število odprtih projektov*

894

1.152 Dosežene osebe

91 Dejavnosti

Promoviraj objavo



17

8 komentarjev 1 delitev

Načrtuj svoje pojavljanje na družbenih omrežjih

Za objavljanje na družbenih omrežjih je treba upoštevati dve zlati načeli:

1. Čas objave

2. Pogostost

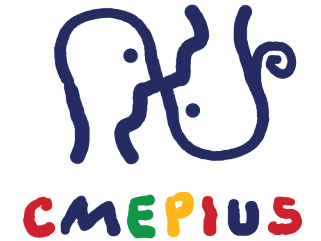
Pomagaj si s koledarjem objavljanja na družbenih omrežjih.

Za Facebook in Instagram objave urejaj v [Meta Business Suite](#).

NAMIG:

Na platformi [Hootsuite](#) najdeš več nasvetov in brezplačnih predlog. Načrtovanje lahko še bolj poenostaviš z vključitvijo orodij, kot sta [Buffer](#) ali [Falcon](#), s katerimi lahko vnaprej načrtuješ svoje aktivnosti na družbenih omrežjih.

Izkoristi ključne komunikacijske momente



Posebne priložnosti, kot so obletnice ali priznani mednarodni dnevi, so idealen trenutek za povečanje promocije in vidnosti projekta. Ti **komunikacijski momenti** so lahko kot magneti za privabljanje uporabnikov.

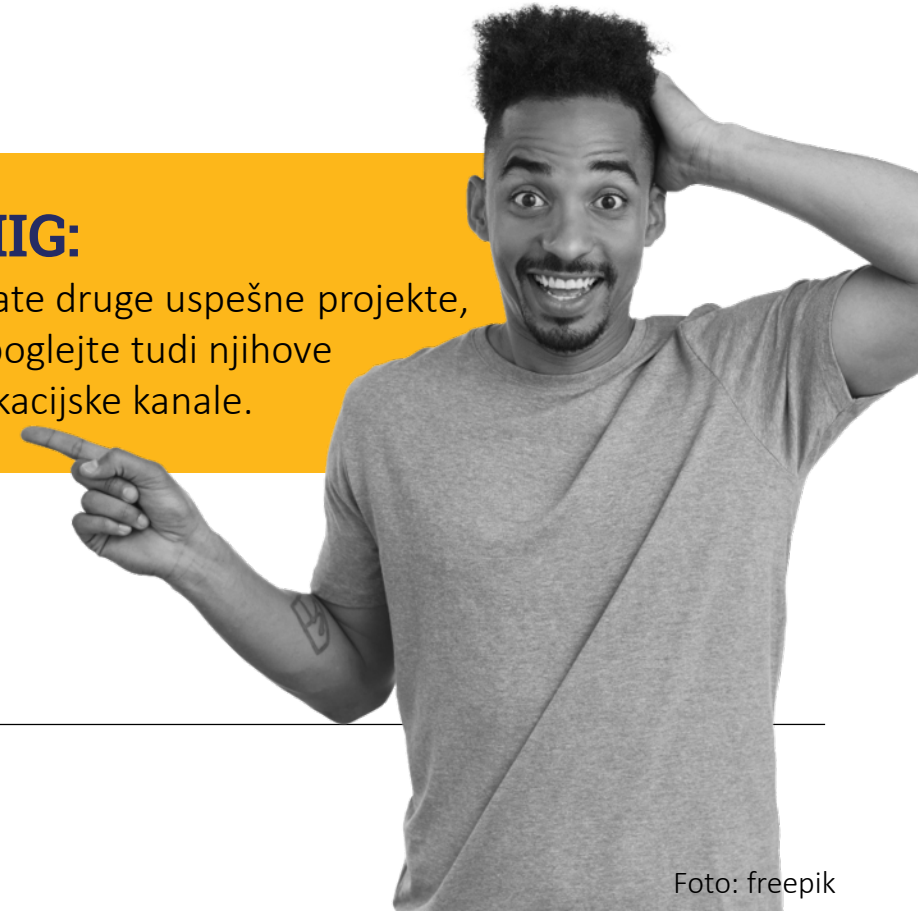
Sodelovanje z **znanimi osebami!**

Nagradne igre?!

Vaja dela mojstra. 😊

NAMIG:

Ko gledate druge uspešne projekte, vedno pogledajte tudi njihove komunikacijske kanale.



Organizacij
a dogodkov

Spletni dogodki

Tina Kenk, CMEPIUS, 2022

Kaj se je zgodilo?

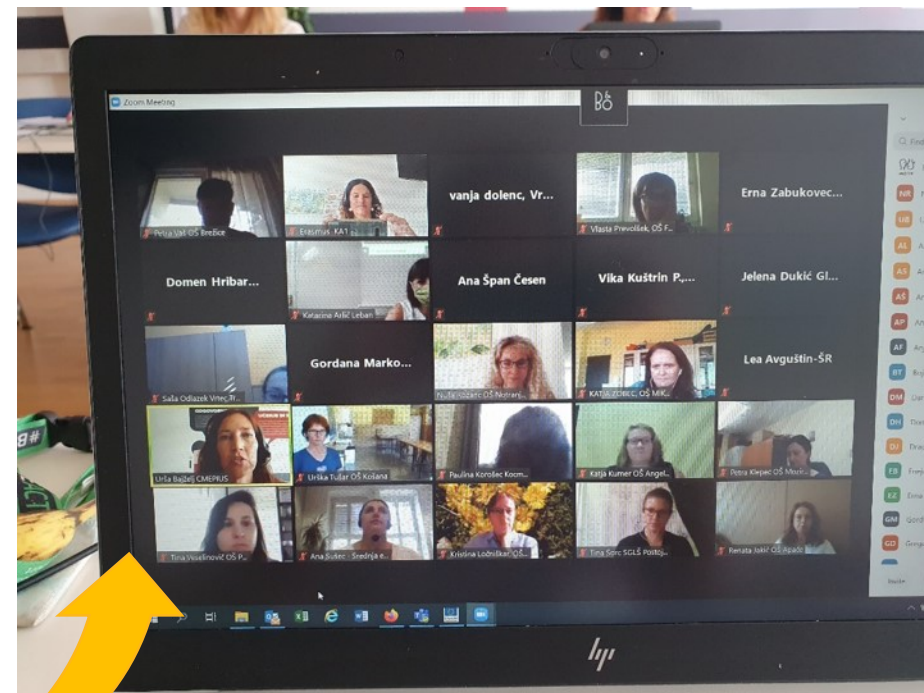
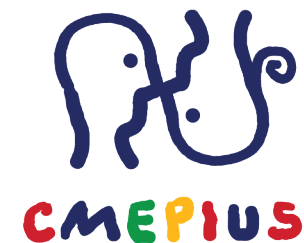


Foto: Cmepius, lasten arhiv

Nova realnost - HIBRIDNI DOGODKI





Priprava

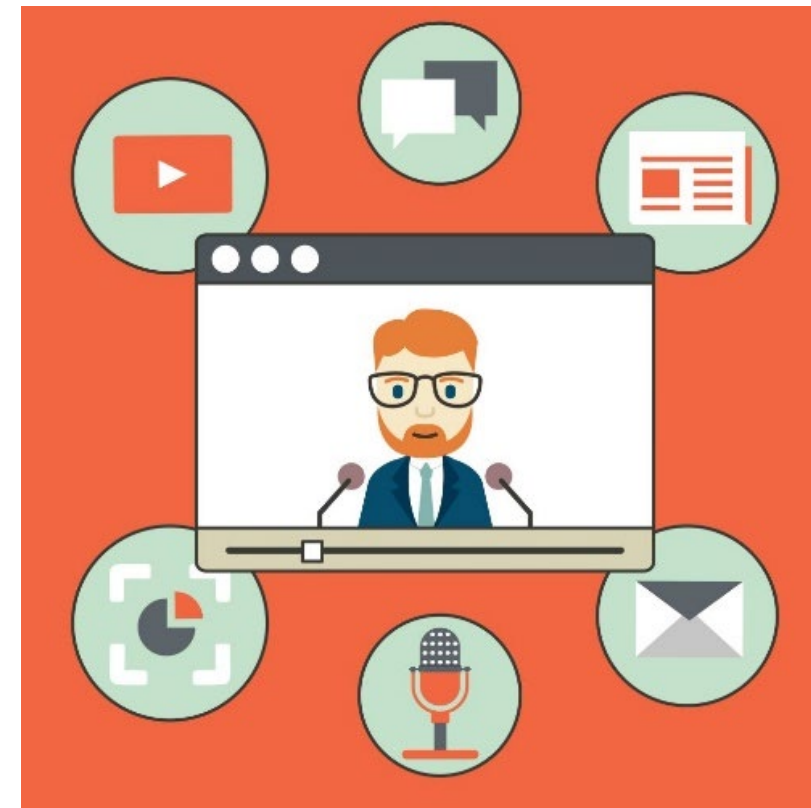
- Prava aplikacija (snemanje, prenos v živo, ankete, skupine, je brezplačna, registracija, jo imamo...)
- Določi **vloge** (gostitelj, tehnik, moderator, govornici)
- Testiranje
- Rezervni načrt



Foto: Canva

Tipi spletnih dogodkov

1. **Webinar** - veliko ljudi, vprašanja (Q&A), strukturirano
2. **Spletni sestanek/konferenca**- manj ljudi, bolj interaktivno, vsi sodelujejo
3. **Hibridni dogodek** (kombinirani dogodek)- fizično in spletno



Finance

- Tehnična oprema
- Govorci
- Moderator
- Spletni dogodek - **ni nujno, da je cenejši**



Foto: Canva

Vloge/akterji

1. Gostitelj
2. Tehnik
3. Moderator
4. Predavatelj
5. Pomočnik od zunaj
6. Oseba, ki spremlja pogovor/vprašanja



TEAMWORK MAKES THE DREAM WORK



Ogrevanje

- **Ice-breakers** - spodbuda udeležencem, da aktivno sodelujejo
- **Warm-ups** - da se udeleženci spoznajo med seboj
- **Energisers** - dvignejo energijo

→ CILJ: udeleženci se sprostijo, se počutijo udobno, se spoznajo z orodjem, se povežejo

Delo v skupinah

- Kaj je vaš namen
- Koliko udeležencev
- Sestava skupin
- Točna navodila v naprej
- Časovna omejitev
- Čas za poročanje

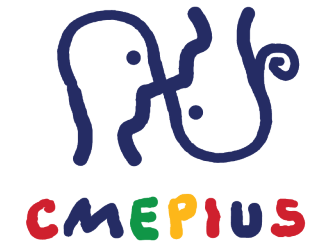


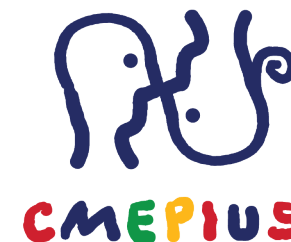
Foto: Canva

Navodila udeležencem

- Pošlji dnevni red
- Tehnična navodila
- Opomnik s povezavo
- **Bonton spletnih dogodkov**
 - Pripravi delovno okolje
 - Kava/čaj/prigrizki
 - Preveri kamero in mikrofonski sistem, signaliziraj, če želiš govoriti
 - Udobno se namesti, izklopi telefon, maili... rezerviraj si čas



Kako ohranjati virtualno dogajanje živo?



SPLETNA ORODJA



Foto: nakaridore / Freepik

-
- The image displays five word clouds, each with a unique shape and color scheme, primarily using shades of red, orange, yellow, and green. The word clouds contain various terms related to technology, education, and digital tools.
- Star-shaped word cloud (center):** Features prominent words like "FREE", "TOOL", "ONLINE", "TEACHERS", "MUSIC", "TEXT", "PHOTOS", "ELEARNING", "RECORDING", "SHARE", "WEB", "SCREEN", "WORLDS", "SURVEYS", "LEARNING", "FILES", "allows", "use", "DESIGNED", "time", "VIDEO", "MAKE", "NOTE", "Creating", "social", "media", "MOBILE", "WORLD", "PUBLISHED", "NEW", "Clay based", "INTERACTIVE", "learning", "tools", "easy", "SPEECH", "RECORD", "AUDIO", "AND", "CAPTURE", "STORES", "EDIT", "LAYOUT", "REPORT", "FORM", "FEATURES", "MAY", "PROVIDES", "CONTENT", "GENERATOR", "PAGE", "PDF", "USERS", "FORMS", "SITE", "SAVE", "AUTOMATIC", "STORAGE", "CAPTION", "COPYRIGHT", "INTERACTIVE", "learning", "tools", "easy", "SPEECH", "RECORD", "AUDIO", "AND", "CAPTURE", "STORES", "EDIT", "LAYOUT", "REPORT", "FORM", "FEATURES", "MAY", "PROVIDES", "CONTENT", "GENERATOR", "PAGE", "PDF", "USERS", "FORMS", "SITE", "SAVE", "AUTOMATIC", "STORAGE", "CAPTION", "COPYRIGHT".
 - Curved word cloud (top right):** Features words like "create", "download", "interactive", "learning", "tools", "easy", "SPEECH", "RECORD", "AUDIO", "AND", "CAPTURE", "STORES", "EDIT", "LAYOUT", "REPORT", "FORM", "FEATURES", "MAY", "PROVIDES", "CONTENT", "GENERATOR", "PAGE", "PDF", "USERS", "FORMS", "SITE", "SAVE", "AUTOMATIC", "STORAGE", "CAPTION", "COPYRIGHT".
 - Curved word cloud (middle right):** Features words like "capture", "store", "edit", "layout", "report", "form", "features", "may", "provides", "content", "generator", "page", "pdf", "users", "forms", "site", "save", "automatic", "storage", "caption", "copyright", "interactive", "learning", "tools", "easy", "SPEECH", "RECORD", "AUDIO", "AND", "CAPTURE", "STORES", "EDIT", "LAYOUT", "REPORT", "FORM", "FEATURES", "MAY", "PROVIDES", "CONTENT", "GENERATOR", "PAGE", "PDF", "USERS", "FORMS", "SITE", "SAVE", "AUTOMATIC", "STORAGE", "CAPTION", "COPYRIGHT".
 - Curved word cloud (bottom right):** Features words like "users", "page", "pdf", "generator", "content", "forms", "site", "save", "automatic", "storage", "caption", "copyright", "interactive", "learning", "tools", "easy", "SPEECH", "RECORD", "AUDIO", "AND", "CAPTURE", "STORES", "EDIT", "LAYOUT", "REPORT", "FORM", "FEATURES", "MAY", "PROVIDES", "CONTENT", "GENERATOR", "PAGE", "PDF", "USERS", "FORMS", "SITE", "SAVE", "AUTOMATIC", "STORAGE", "CAPTION", "COPYRIGHT".
 - Curved word cloud (top left):** Features words like "create", "download", "interactive", "learning", "tools", "easy", "SPEECH", "RECORD", "AUDIO", "AND", "CAPTURE", "STORES", "EDIT", "LAYOUT", "REPORT", "FORM", "FEATURES", "MAY", "PROVIDES", "CONTENT", "GENERATOR", "PAGE", "PDF", "USERS", "FORMS", "SITE", "SAVE", "AUTOMATIC", "STORAGE", "CAPTION", "COPYRIGHT".
- Copyright 2014 tagxedo.com

Napotki

1

Omejeno število
orodij (manj je več)

4

Največ 4 ure na
dan

2

Preprosta struktura
(15-30-15)

5

Tehnična navodila
udeležencem

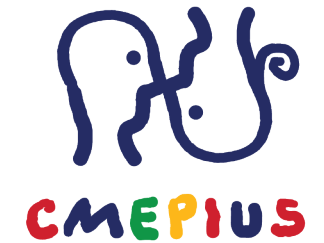
3

Jasen
namen

6

Prijetno delovno
okolje

Povzetek



Živi dogodki

- Mreženje
- Druženje

Virtualni dogodki

- Dostopnost
- Učinkovitost

Hibridni dogodki

- On-line platforme
- V živo – virtualno

Trajnostni dogodki

- Način izvedbe dogodka
- Lokacija- - ponudnik
- Prevoz
- Prehrana
- Brezpapirni dogodki
- Ravnanje z odpadki

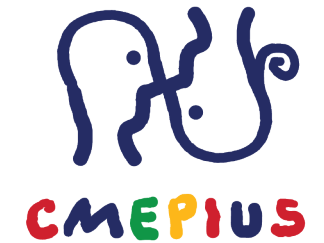
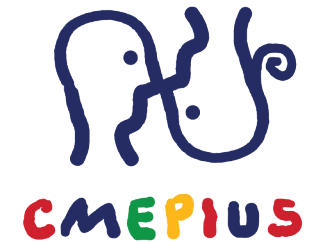


Foto: www.cmeplus.si

Mentimeter



- <https://www.menti.com/kxryp89n2a>



Spremljajte nas!



spletna stran www.cmepius.si



[/CMEPIUS](#)



[/CMEPIUS](#)



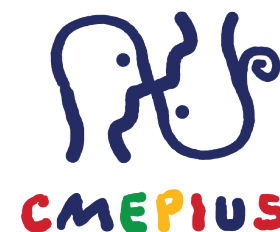
[/CMEPIUS](#)



[CMEPIUS](#)



e-novičke [CMEPIUS](#)



CMEPIUS

Center RS za mobilnost in evropske programe
izobraževanja in usposabljanja

Ob železnici 30a, 1000 Ljubljana | E-pošta: info@cmepius.si
Tel.: +386 1 620 94 50 | Faks: +386 1 620 94 51

Pišite nam! 😊

alja.zadravec-sojar@cmepius.si

maja.bertoncelj@cmepius.si

tina.kenk@cmepius.si

